

MENU

SEARCH

INDEX

DETAIL

JAPANESE

BACK

3 / 5

PATENT ABSTRACTS OF JAPAN

(11)Publication number : 2002-157376

(43)Date of publication of application : 31.05.2002

(51)Int.Cl.

G06F 17/60

(21)Application number : 2000-351473 (71)Applicant : THINK HOUSE INC

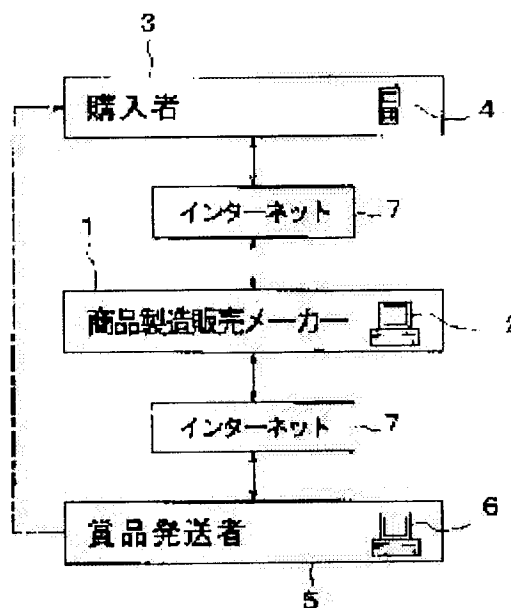
(22)Date of filing : 17.11.2000 (72)Inventor : OYAMA NOBUO

(54) CLOSED REWARD MANAGEMENT SYSTEM USING COMMUNICATION LINE

(57)Abstract:

PROBLEM TO BE SOLVED: To provide a new system capable of storing marketing information over a long period while a campaign period is not limited by drawing lots based on the number of points collected by a merchandise purchaser, and continuously using the accumulated points regardless of the winning or losing of the result of the lottery.

SOLUTION: A purchase 3 of campaign merchandise or the like transmits a merchandise ID number and personal information from a portable telephone 4 through a communication line 7 to the home page of a merchandise manufacturing selling maker 1. A host computer 2 of the merchandise manufacturing selling maker 1 stores the number of the merchandise ID number or the personal information, and stores and preserves the personal information as marketing information. Then, the first lottery is executed on a condition that the number of the merchandise ID numbers transmitted from the purchaser 3 reaches a preset first prescribed number, and when the result of the lottery is successful, the purchase 3 is given a prize, and the number of the merchandise ID numbers is successively used as accumulated points regardless of the winning or losing the lottery, and the second and following lotteries can be executed several times step by step.



LEGAL STATUS

[Date of request for examination]

[Date of sending the examiner's decision of rejection]

[Kind of final disposal of application other than the examiner's decision of rejection or application converted registration]

(19) 日本国特許庁 (J P)

(12) 公開特許公報 (A)

(11) 特許出願公開番号

特開2002-157376

(P2002-157376A)

(43) 公開日 平成14年5月31日 (2002.5.31)

(51) Int.Cl.⁷

G 0 6 F 17/60

識別記号

1 4 8

1 7 0

5 0 2

5 0 6

F I

G 0 6 F 17/60

テーマコード* (参考)

1 4 8

5 B 0 4 9

1 7 0 A

5 0 2

5 0 6

審査請求 未請求 請求項の数6 O L (全 8 頁)

(21) 出願番号

特願2000-351473(P2000-351473)

(22) 出願日

平成12年11月17日 (2000. 11. 17)

(71) 出願人 500532300

株式会社シンクハウス

東京都渋谷区渋谷2丁目7番8号

(72) 発明者 尾山 伸生

東京都渋谷区渋谷2丁目7番8号 株式会
社シンクハウス内

(74) 代理人 100090619

弁理士 長南 満輝男 (外2名)

Fターム(参考) 5B049 AA02 BB36 CC01 DD01 FF03

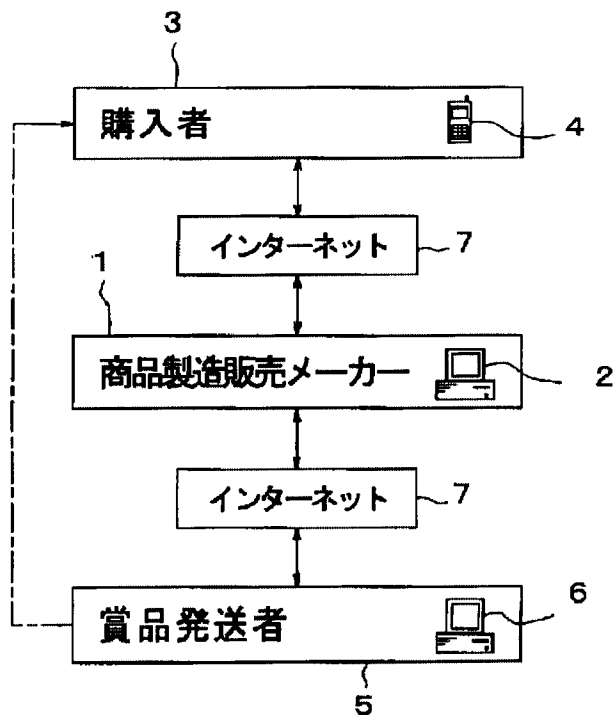
GG02 GG04 GG07

(54) 【発明の名称】 通信回線を用いたクローズド懸賞管理システム

(57) 【要約】

【課題】 商品購入者が集めたポイント数を基に抽選を行うと共に、抽選結果の当落にかかわらずその獲得ポイントを継続して利用できるようにすることで、キャンペーン期間が限定されることなく長期にわたってマーケティング情報を蓄積することができる新規なシステムを提供する。

【解決手段】 キャンペーン商品等の購入者3は、携帯電話4から通信回線7を介して商品製造販売メーカー1のホームページに商品ID番号及び個人情報を送る。商品製造販売メーカー1のホストコンピュータ2は、その商品ID番号の数や個人情報を蓄積し、該個人情報をマーケティング情報として蓄積保存する。購入者3から送信される商品ID番号の数が、予め設定された第一の所定数に達したことを条件に一回目の抽選を行い、抽選の結果、当選した場合に当該購入者3に賞品を提供すると共に、当選、落選の区別なくその商品ID番号の数を継続して累積ポイントとし、二回目以降の抽選を段階的に複数回行うことができる。



(2)

1

【特許請求の範囲】

【請求項 1】 キャンペーン商品等の任意の商品を提供すると共にインターネットホームページを開設した商品提供者側のホストコンピュータと、この商品提供者が提供する商品を購入する購入者側のユーザー端末と、前記ホストコンピュータとユーザー端末を結ぶインターネット等の通信回線を備え、

商品提供者は、販売対象のキャンペーン商品にインターネットのURL及び個々の商品ID番号を付して商品流通市場に投入し、

購入者は、商品流通市場を流通する前記キャンペーン商品を購入して前記ユーザー端末から通信回線を介して商品提供者のインターネットホームページに当該商品の商品ID番号及び個人情報を送ることでキャンペーンに参加し、

商品提供者は前記ホストコンピュータにより、前記個々の商品ID番号を記憶保存し、前記購入者から通信回線を介して送られる商品ID番号及び個人情報を蓄積し、該個人情報をマーケティング情報とすると共に、記憶保存した商品ID番号や個人情報等を参照することで購入者のユーザー端末に懸賞に関する当選の有無を送信するクローズド懸賞管理システムであって、

商品提供者のホストコンピュータは、購入者から送信される商品ID番号の数が、予め設定された第一の所定数に達したことを条件に一回目の抽選を行い、抽選の結果、当選した場合に当該購入者に賞品を提供すると共に、該抽選結果の当選の有無の区別なく、該抽選以降に購入者から送信される商品ID番号の数を累積し、該累積数が、予め段階的に設定された第二以降の所定数に達したことを条件に二回目以降の抽選を段階的に複数回行う抽選管理手段を有することを特徴とする、通信回線を用いたクローズド懸賞管理システム。

【請求項 2】 上記抽選の結果、当選した購入者に賞品を送送する賞品発送者のホストコンピュータを備え、商品提供者のホストコンピュータが、上記抽選の結果、当選した購入者に提供する賞品やその発送先等の発注情報を前記賞品発送者のホストコンピュータに送信する賞品発注手段を有し、賞品発送者は、商品提供者から送信される前記発注情報に基づいて前記購入者に賞品を送送するようにしたことを特徴とする請求項 1 記載の通信回線を用いたクローズド懸賞管理システム。

【請求項 3】 商品提供者のホストコンピュータは、購入者から送信される個人情報や商品ID番号の数を累積ポイントとして蓄積保存し且つ購入者に自己の累積ポイントを通知すると共に購入者に個々の個人ID番号を付与して通知する購入者情報管理手段と、個々の商品ID番号を蓄積保存すると共に購入者の累積ポイントが予め設定された所定数に達したことを条件に段階的に複数回の抽選を行う抽選管理手段と、抽選後の当選の有無を当選した購入者に通知する抽選結果管理手段とを有し、当選した購入者に当該抽選結果を通知する抽選結果管理手段とを有する、通信回線を用いたクローズド懸賞管理システム。

2

に当該購入者が複数ある賞品の中から希望賞品を選択することができる賞品選択手段と、選択された賞品を当選者へ発送するための選択賞品情報や発送先情報を賞品発送者に通知する賞品発注手段と、前記購入者情報管理手段により管理される個人情報をデータベース化してマーケティング情報として蓄積保存するデータベース化手段などを備え、

上記抽選管理手段により、購入者から送信される商品ID番号の数が、予め設定された第一の所定数に達したことを条件に一回目の抽選を行い、抽選の結果、当選した場合に当該購入者に賞品を提供すると共に、該抽選結果の当選の有無の区別なく、該抽選以降に購入者から送信される商品ID番号の数を累積し、該累積数が、予め段階的に設定された第二以降の所定数に達したことを条件に二回目以降の抽選を段階的に複数回行うようにした請求項 2 記載の通信回線を用いたクローズド懸賞管理システム。

【請求項 4】 賞品発送者のホストコンピュータは、商品提供者のホストコンピュータから送信される選択賞品情報や発送先情報等の発注情報を受信する発注情報受信手段と、該発注情報をホストコンピュータのディスプレイ画面に自動的に表示したりプリンターから自動的にプリントアウトする発注情報表示手段とを備えている請求項 2 又は 3 記載の通信回線を用いたクローズド懸賞管理システム。

【請求項 5】 商品提供者が商品製造販売者である請求項 1～4 の何れか 1 項記載の通信回線を用いたクローズド懸賞管理システム。

【請求項 6】 上記ユーザー端末が、インターネットなどの通信回線にアクセス可能な携帯電話である請求項 1～5 の何れか 1 項に記載の通信回線を用いたクローズド懸賞管理システム。

【発明の詳細な説明】

【0001】

【発明の属する技術分野】本発明は、インターネットなどの通信回線を利用したクローズド懸賞管理システムに関し、詳しくは、クローズド懸賞への参加情報の管理、購入者の個人情報の蓄積とデータベース化、抽選、当選の有無の結果通知、当選した場合の賞品の発送までを一括してコンピュータ管理することができる管理システムに関するものである。

【0002】

【従来の技術】従来から、販売対象のキャンペーン商品にラベル等の応募券を付して商品流通市場に投入し、このキャンペーン商品を購入した購入者が、予め設定された所定数のラベル等が集まった時点で、それらラベル等を葉書等に貼ると共に住所、氏名、年齢、性別等の個人情報を記入して商品提供者に送り、商品提供者は、その葉書に記入された事項を基にマーケティング情報を作成すると共に、その葉書をもとに抽選を行い、当選した購入者に当該抽選結果を通知する抽選結果管理手段とを有する、通信回線を用いたクローズド懸賞管理システム。

(3)

3

入者のみに希望賞品を発送するキャンペーン（クローズド懸賞）が行われている。

【0003】このような郵便による従来のキャンペーン方式では、購入者が所定数のラベル等を集めそのラベル等を葉書等に貼って送ることで初めてキャンペーンへの参加が成されるので、商品提供者側としてはマーケティング情報の収集にかなりの時間を要し、迅速な商品開発や販売戦略の立案が難しいという問題がある。また、購入者側にとっても所定数のラベル等を集めて葉書等に貼って送るという手間を要し、且つ、当選の有無は当選した場合（賞品が送られてきた場合）のみわかるので、結果が分かるまでに相当の時間を要するばかりか落選した場合は結果がわからず、購入者に対するサービスが十分とは言えないものであり、参加数、参加範囲等に限りがあるという不具合があった。また、商品提供側では、送られた葉書に記載された事項を手作業でコンピュータ等に入力しデータベース化してマーケティング情報を作成しており、且つ抽選も手作業で行っているので、相当の労力と手間がかかるという問題があった。

【0004】このような郵便応募型キャンペーン方式の不具合を解消するものとして、最近では、商品提供側が、販売対象のキャンペーン商品にインターネットのURL及び個々の商品ID番号を付して商品流通市場に投入し、購入者はこのキャンペーン商品を購入して、パソコン等のユーザー端末からインターネット等の通信回線を介して商品提供者のホームページに当該商品の商品ID番号及び個人情報を送ることでキャンペーンに参加し、商品提供側では、前記購入者から通信回線を介して送られる商品ID番号及び個人情報を蓄積し、該個人情報をマーケティング情報として蓄積すると共に、記憶保存した商品ID番号を参照することで購入者のユーザー端末に懸賞に関する当選の有無を送信するようにした新規なキャンペーン方式が提案されている（例えば特開平11-66152号等参照）。

【0005】

【発明が解決しようとする課題】しかしながら従来の通信回線を利用したキャンペーン方式においては、商品ID番号が所定数に達した時点で抽選を行い、落選した場合は集めた商品ID番号数が消滅し、キャンペーンに再度参加するには商品ID番号を最初から集めることになる。よって、一回きりの応募になるケースが多く、マーケティング情報としては期間、購買層が限定された短期間の情報となる虞れがある。また、従来の通信回線を利用したキャンペーン方式においては、当選した場合の賞品の発送については考慮されておらず、商品提供者が手作業で発送を行うようになる。また、従来の通信回線を利用したキャンペーン方式においては、商品提供側と購入者との間に中間業務体が介在しており、この中間業務体がマーケティング情報を蓄積して商品提供側に提供す

4

ーケティング情報を入手するものではなく、迅速且つ適正な商品開発や販売戦略の立案に利用できない虞れがあった。

【0006】本発明はこのような従来事情に鑑みて成されたもので、その目的とする処は、購入者が集めた商品ID番号を、一回目の抽選結果の当落にかかわらず、2回目以降の抽選にも継続して利用できるようにすることで、キャンペーン期間が限定されることなく長期にわたってマーケティング情報を蓄積することができるようにすることにある。また本発明の第二の目的は、抽選の結果、当選した購入者に対する賞品の発送までを一括してコンピュータで管理することができるようにすることにある。また本発明の第三の目的は、商品製造販売メーカー等が直接マーケティング情報を入手することができ、迅速且つ適正な商品開発や販売戦略の立案等に対応できるようにすることにある。

【0007】

【課題を解決するための手段】以上の目的を達成するために本発明の請求項1は、キャンペーン商品等の任意の商品を提供すると共にインターネットホームページを開設した商品提供者側のホストコンピュータと、この商品提供者が提供する商品を購入する購入者側のユーザー端末と、前記ホストコンピュータとユーザー端末とを結ぶ通信回線を備え、商品提供者は、販売対象のキャンペーン商品にインターネットのURL及び個々の商品ID番号を付して商品流通市場に投入し、購入者は、商品流通市場を流通する前記キャンペーン商品を購入して前記ユーザー端末から通信回線を介して商品提供者のインターネットホームページに当該商品の商品ID番号及び個人情報を送ることでキャンペーンに参加し、商品提供者は前記ホストコンピュータにより、前記個々の商品ID番号を記憶保存し、前記購入者から通信回線を介して送られる商品ID番号及び個人情報を蓄積し、該個人情報等をマーケティング情報とすると共に、記憶保存した商品ID番号や個人情報等を参照することで購入者のユーザー端末に懸賞に関する当選の有無を送信するクローズド懸賞管理システムであって、商品提供者のホストコンピュータは、購入者から送信される商品ID番号の数が、予め設定された第一の所定数に達したことを条件に一回目の抽選を行い、抽選の結果、当選した場合に当該購入者に賞品を提供すると共に、該抽選結果の当選の有無の区別なく、該抽選以降に購入者から送信される商品ID番号の数を累積し、該累積数が、予め段階的に設定された第二以降の所定数に達したことを条件に二回目以降の抽選を段階的に複数回行う抽選手段を有する特徴とする。

【0008】このようなシステムによれば、購入者は、キャンペーン商品を購入し、商品提供者のインターネットホームページにアクセスして商品ID番号と個人情報

(4)

5

且つその個人情報の入力作業は購入者が自ら行うので、商品提供者側では、マーケティング情報を迅速且つ容易に得ることができる。また、購入者が所定の数の商品 ID 番号を集めて一回目の抽選を行った後も、その商品 ID 番号の数が消滅することなく引き続き累積、加算して 2 回目以降の抽選に利用できるのも、キャンペーン期間が短期間に限定されることがなく、商品提供者は長期にわたってマーケティング情報を蓄積することができる。

【0009】請求項 2 では、上記抽選の結果、当選した購入者に賞品を発送する賞品発送者のホストコンピュータを備え、商品提供者のホストコンピュータが、上記抽選の結果、当選した購入者に提供する賞品やその発送先等の発注情報を前記賞品発送者のホストコンピュータに送信する賞品発注手段を有し、賞品発送者は、商品提供者から送信される前記発注情報に基づいて前記購入者に賞品を発送するようにしたことを特徴とする。

【0010】このようなシステムによれば、キャンペーンへの参加、マーケティング情報の蓄積、抽選及び当落の通知、当選者への賞品の発送までの一連の作業を一括してコンピュータで管理することができる。

【0011】商品提供者は商品製造販売者であることが好ましい。この場合、中間業務体を介在することなく、キャンペーン商品の購入者と当該商品の製造販売者とを、インターネット等の通信回線を介して直接結びつけることができ、より正確なマーケティング情報を迅速に収集・蓄積して商品開発や販売戦略の立案などに利用することができる。

【0012】本発明の請求項 1～5 におけるユーザー端末は、インターネットなどの通信回線にアクセス可能な据置型若しくは携帯型の各種の端末機器を含み、これら端末機器としては、例えば購入者が自ら保有するパーソナルコンピュータ（パソコン）、携帯電話等や、コンビニエンスストア等の店頭で設置された双方向情報伝達機器、POS システム、OCR 等の情報読取機器、ケーブルテレビ等の各種端末機器をあげることができる。また該ユーザー端末が請求項 6 のように、インターネットなどの通信回線にアクセス可能な携帯電話である場合、購入者がクローズド懸賞への参加をより手軽に行うことができるのでキャンペーン参加者数、地域、年齢層などの拡大が期待でき、より詳細なマーケティング情報を迅速に収集・蓄積して商品開発や販売戦略の立案などに利用することができる。

【0013】

【発明の実施の形態】以下、本発明の実施の形態の一例を図面を参照して説明する。図 1 は、本発明に係る実施の形態のクローズド懸賞管理システムを示す概略構成図である。この管理システムは、任意のキャンペーン商品を提供すると共に、インターネットホームページを開設した商品提供者としての商品製造販売メーカー 1 と、こ

6

と、前記キャンペーン商品を購入する購入者 3 と、この購入者 3 が所有するインターネット等の通信回線に接続可能なパーソナルコンピュータ（パソコン）又は携帯電話などのユーザー端末 4 と、商品製造販売メーカー 1 から送られる賞品発注情報に基づいて当選者に希望賞品を発送する賞品発送者 5 と、この賞品発送者 5 側のホストコンピュータ 6 と、前記ホストコンピュータ 1 とユーザー端末 4、ホストコンピュータ 6 を結ぶインターネットなどの通信回線 7 とから構成される。

【0014】商品製造販売メーカー 1 は、例えば缶入り清涼飲料などの任意のキャンペーン商品に、図 7 に示すようなインターネットの URL（Uniform Resource Locator）及び個々のキャンペーン商品ごとの商品 ID 番号などを印刷したラベル 10 を貼って商品流通市場に投入する。購入者 3 は、商品流通市場を流通する前記キャンペーン商品を購入して、ラベル 10 に印刷された前記 URL や個々の商品 ID 番号を入力し、前記ユーザー端末（本例では携帯電話を示す）4 を使い、通信回線 7 を介して、商品製造販売メーカー 1 のホームページにアクセスし、そのホームページを介して、当該商品の商品 ID 番号及び住所、年齢、性別等の個人情報を商品製造販売メーカー 1 に送信することで、前記キャンペーン商品に係るクローズド懸賞に参加するようになっている。

【0015】商品製造販売メーカー 1 が所有するホストコンピュータ 2 は、例えば図 2 に示すように、購入者 3 から送信される個人情報や商品 ID 番号の数を累積ポイントとして蓄積保存すると共に購入者 3 に自己の累積ポイントを通知し、また購入者 3 に個々の個人 ID 番号を付与して通知する購入者情報管理手段 11、個々の商品 ID 番号や個人 ID 番号等を蓄積保存すると共に、購入者 3 の累積ポイントが予め段階的に設定された所定数に達したことを条件に段階的に複数回の抽選を行う抽選管理手段 12、抽選後の当選の有無を当該購入者 3 に知らせる抽選結果通知手段 13、当選した場合に当該購入者（当選者）3 が複数ある賞品の中から希望賞品を選択することができる賞品選択手段 14、選択された賞品を当選者へ発送するための選択賞品情報や発送先情報を発注情報として賞品発送者 5 に通知する賞品発注手段 15、前記管理手段 11 により管理される個人情報をデータベース化してマーケティング情報として蓄積保存するデータベース化手段 16などを備える。

【0016】上記抽選管理手段 12 は、購入者 3 から送信される商品 ID 番号の数が、予め設定された第一の所定数に達したことを条件に一回目の抽選を行い、抽選の結果、当選した場合に当該購入者 3 に賞品を提供すると共に、該抽選結果の当選の有無の区別なく、該一回目の抽選以降に購入者 3 から送信される商品 ID 番号の数を、前記第一の所定数にある商品 ID 番号数に加算、累

(5)

7

の所定数に達したことを条件に、二回目以降の抽選を段階的に複数回行うよう構成されている。

【0017】賞品発送者5は例えば賞品の製造メーカーや発送業者などであって、そのホストコンピュータ6は、例えば図3に示すように、商品製造販売メーカー1のホストコンピュータ2から送信される選択賞品情報や発送先情報等の発注情報を受信する発注情報受信手段21と、該発注情報をホストコンピュータ2のディスプレイ画面に自動的に表示したりプリンターから自動的にプリントアウトする発注情報表示手段22を備えており、前記発注情報に基づいて、賞品発送者5が当選者に選択賞品を発送するようになっている。

【0018】以上のように構成した本例のシステムの使用方法を以下に説明する。

〔初回登録時（図4参照）〕まず、購入者3はキャンペーン商品を購入し、それに付されたラベル10に表示されているURL及び個々の商品ID番号を取得する。次に購入者3が、携帯電話4を使って、商品製造販売メーカー1のインターネットホームページにアクセスすると（ステップ101）、携帯電話4の表示部4aに図8に示すような画面が表示される。購入者3がその画面上で、自分の住所、氏名、生年月日、性別などの個人情報を入力し（ステップ102）、その入力データをホストコンピュータ2が受信すると（ステップ103）、図9に示すような画面が表示され前記商品ID番号を購入者3が入力し（ステップ104）、その入力データをホストコンピュータ2が受信すると（ステップ105）、購入者3の個人情報、商品ID番号などと共に個人ID番号を蓄積保存してデータベース化し（ステップ106）、その個人ID番号を購入者3に送信する（ステップ107）。そして、図10に示すような画面が購入者3の携帯電話4に表示されて当該購入者3に対し個人ID番号が通知される（ステップ108）、次回以降のアクセス時はその個人ID番号を入力するだけで良い。ホストコンピュータ2は上記ステップ106において、購入者3の個人情報及び蓄積された個々の商品ID番号の数（累積ポイント）などを個人ID番号と共に蓄積保存すると共に、その個人情報等をマーケティング情報としてデータベースに蓄積する。

【0019】〔2回目以降のアクセス時（図5、図6参照）〕購入者3は、2回目以降のキャンペーン商品を購入しそれに付されたラベル10に表示されている新たな商品ID番号を取得した場合、携帯電話4を使って、商品製造販売メーカー1のホームページに再度アクセスする（ステップ109）。この時、該携帯電話4の表示部4aに図11に示すような画面が表示される。購入者3がその画面上で先に取得した自己の個人ID番号を入力し（ステップ110）、ホストコンピュータ2がこれを受信すると（ステップ111）、図12に示すような画面が表

8

が入力し（ステップ112）、ホストコンピュータ2がこれを受信すると（ステップ113）、当該購入者3の個人情報に対し、新規の商品ID番号を累積ポイントとして加算し蓄積保存する（ステップ114）と共に、購入者3に対し累積ポイント数を送信し、購入者3の携帯電話4がこれを受信すると（ステップ115）、図13に示すような画面が表示され、購入者3が現在の累積ポイント数を確認することができる。購入者3がこのような新規の商品ID番号の取得とホームページ上での入力を繰り返す行い、累積ポイントが予め設定された所定のポイント数（例えば5ポイント）に達しホストコンピュータ2がこれを確認し（ステップ116）、購入者3が図13の画面で「エントリーする」を選択して送信し（ステップ117）、これをホストコンピュータ2が受信すると（ステップ118）、ホストコンピュータ2において上記抽選管理手段12による抽選が行われる（ステップ119）。抽選管理手段12による抽選は、例えば、当選番号として予め記憶された商品ID番号と、当該購入者3の累積ポイント中の商品ID番号とを比較し、一致した場合は当選、不一致の場合は落選とするよう構成した抽選手段や、任意の期間内に前記「エントリーする」を送信した複数の購入者（有資格者）に対して個々の番号を付し、予め用意した番号によりスクリーニングを繰り返して有資格者の数を絞り込んでいき、その有資格者数が規定の数になった時点で当選者とするよう構成した抽選手段などが例示できる。またその当落の別は、抽選結果通知手段13により当該購入者3に通知される（ステップ120）。当選した場合は、当該購入者（当選者）3の携帯電話4の表示部4aに図14に示す画面が表示される（ステップ121）、ここで「OK」を選択すると図15に示す画面が表示され、ここでその当選者3が個人ID番号を入力し（ステップ122）、これをホストコンピュータ2が受信すると（ステップ123）、図16に示すような賞品選択画面が携帯電話4に送られる（ステップ124）。ここで当選者3が希望賞品を選択し（ステップ125）、そのデータをホストコンピュータ2が受信すると（ステップ126）、図17に示すような発送先確認画面が携帯電話4に送られる（ステップ127）。ここで当選者3が「OK」を選択し（ステップ128）、そのデータをホストコンピュータ2が受信すると（ステップ129）、当選者3の携帯電話4には図18に示すような累積ポイント確認画面が送られ（ステップ130）、当選者3は次回のチャレンジポイントと現在の累積ポイントを確認する（ステップ131）。またホストコンピュータ2は、前記選択賞品と当選者の住所、氏名などを発注情報として、賞品発送者5のホストコンピュータ6に送信する（ステップ132）。賞品発送者5側のホストコンピュータ6は、前記発注情報を受信すると（ステップ133）、選択賞品及び発送先住所、氏名などを自動的に表

(6)

9

報)に基づいて賞品発送者5が当選者に選択賞品を発送する(ステップ135)。一方、上記抽選の結果落選した購入者3の携帯電話4には、ホストコンピュータ2から落選通知画面が送られる(ステップ136)と共に、図18に示すような累積ポイント確認画面が送られ該落選者は次回のチャレンジポイントと現在の獲得ポイントを確認する(ステップ137)。

【0020】〔抽選後のアクセス時(図5、図6参照)〕上記抽選管理手段12による抽選が行われた後、当選、落選の結果に関わらず、購入者3の累積ポイントは消滅することなく引き続き蓄積保存され、購入者3が抽選後に取得した新規の商品ID番号が累積ポイントに加算、蓄積される。そうして、その累積ポイント数が予め設定された第二のポイント数(例えば10ポイント)に達すると、ホストコンピュータ2において、抽選管理手段12による二回目の抽選が行われ、前記した1回目の抽選と同様にして抽選結果の通知、当選した場合の賞品の発送、累積ポイントの保存が行われる。このようにして3回目以降の抽選も段階的に複数回行われるので、期間が限定されず長期にわたって商品キャンペーンが行われ、購入者情報の蓄積、更新が随時なされるようになる。

【0021】以上、本発明の実施の形態の一例を説明したが、本発明の通信回線を用いたクローズド懸賞管理システムはこれに限定されるものではなく、請求項1～4に記載された技術的思想の範囲内において種々の変更が可能である。例えば上記した実施形態の例では、ユーザー端末4として携帯電話を用いる場合を示したが、ユーザー端末4はこれに限定されず、購入者3が保有する据置型、携帯型等のパソコンであっても良く、さらには、コンビニエンスストア等の店頭に設置された双方向情報伝達機器、POSシステム、OCR等の情報読取機器、ケーブルテレビ等の各種端末機器であっても良い。

【0022】

【発明の効果】本発明に係る通信回線を用いたクローズド懸賞管理システムは以上説明したように構成したので、以下に記載されるような効果を奏する。請求項1、請求項3では、購入者が商品ID番号を集めることで得られる累積ポイントを、一回目の抽選結果に関わらず継続して二回目以降の抽選に加算、蓄積して使用することができるので、商品提供者側は、キャンペーン商品に対する購入者の情報等を幅広く長期にわたって収集することができ、商品開発や販売戦略の立案等に有効なマーケティング情報を長期にわたって収集することができる。また、購入者のキャンペーンへの参加が長期にわたってなされるようになるので、購入者に対するサービス性が向上し、商品イメージや企業イメージの向上が図れるなど、多くの効果を奏する。

【0023】請求項2、請求項4では、キャンペーンへ

10

果通知、当選者への賞品の発送までの一連の作業を一括してコンピュータで管理することができるので、商品提供者側の労力を軽減することができる。また、当選者が賞品を受け取るまでの期間を短縮することができ、購入者に対するサービス性がさらに向上するなどの効果がある。

【0024】請求項5では、商品製造販売者がより正確なマーケティング情報を迅速且つ適確に収集・蓄積することができ、商品開発や販売戦略の立案などに極めて有効に利用することができるなどの効果がある。

【0025】請求項6では、携帯電話の利用によってキャンペーンへの参加が手軽に行えるようになるので、より幅広く正確なマーケティング情報を迅速に収集・蓄積することができるなどの効果がある。

【図面の簡単な説明】

【図1】本発明に係る実施の形態のクローズド懸賞管理システムを示す概略構成図。

【図2】商品提供者側のホストコンピュータの概略ブロック図。

【図3】賞品発送者側のホストコンピュータの概略ブロック図。

【図4】キャンペーンに対する初回登録時のフローチャート。

【図5】キャンペーンに対する2回目以降の登録時のフローチャート。

【図6】抽選～賞品発送までを示すフローチャート。

【図7】インターネットのURL及び個々の商品ID番号を付したラベルを示す平面図。

【図8】購入者が個人情報を入力する場合の画面である。

【図9】購入者が商品ID番号を入力する場合の画面である。

【図10】購入者に個人ID番号を通知した場合の画面である。

【図11】購入者が個人ID番号を入力する場合の画面である。

【図12】購入者が商品ID番号を入力する場合の画面である。

【図13】購入者に現在の累積ポイント数を通知する場合の画面である。

【図14】購入者に抽選結果を通知する場合の画面である。

【図15】当選者が個人ID番号を入力する場合の画面である。

【図16】当選者が希望商品を選択する場合の画面である。

【図17】当選者が賞品発送先を確認する場合の画面である。

【図18】購入者に次回のチャレンジポイントと現在の累積ポイントを確認する画面である。

(7)

11

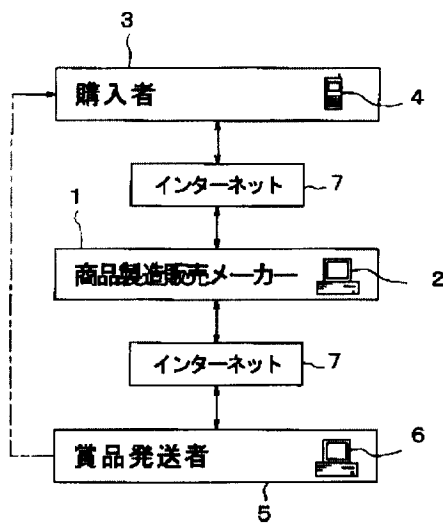
12

【符号の説明】

- 1：商品製造販売メーカー（商品提供者）
 2：ホストコンピュータ
 3：購入者
 4：携帯電話（ユーザー端末）
 5：賞品発送者
 6：ホストコンピュータ
 7：通信回線

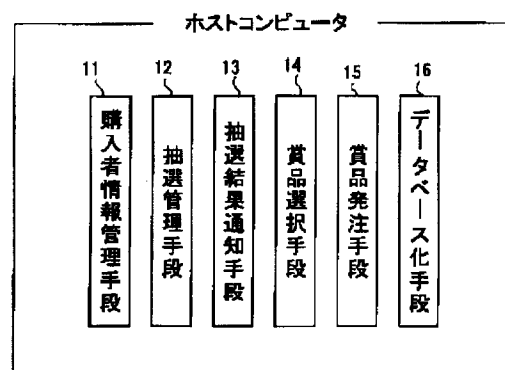
- 11：購入者情報管理手段
 12：抽選管理手段
 13：抽選結果通知手段
 14：賞品選択手段
 15：賞品発注手段
 16：データベース化手段
 21：発注情報受信手段
 22：発注情報表示手段

【図1】



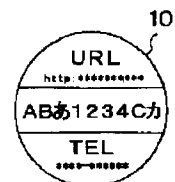
【図3】

【図2】

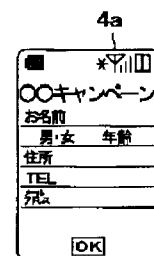


【図4】

【図7】



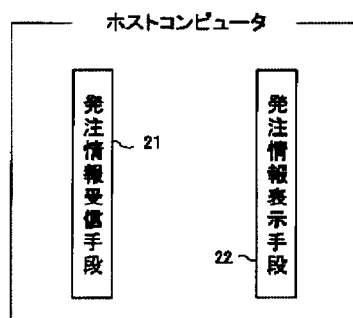
【図8】



【図16】

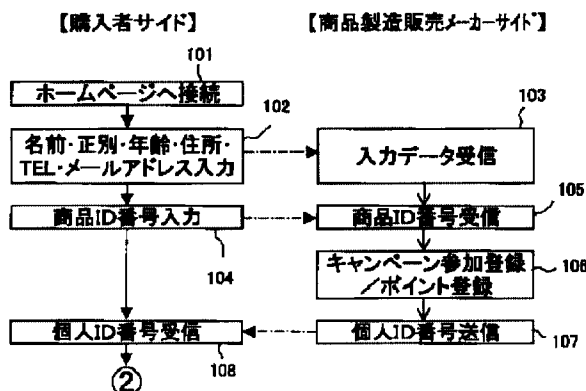


【図17】



【図9】

【図10】



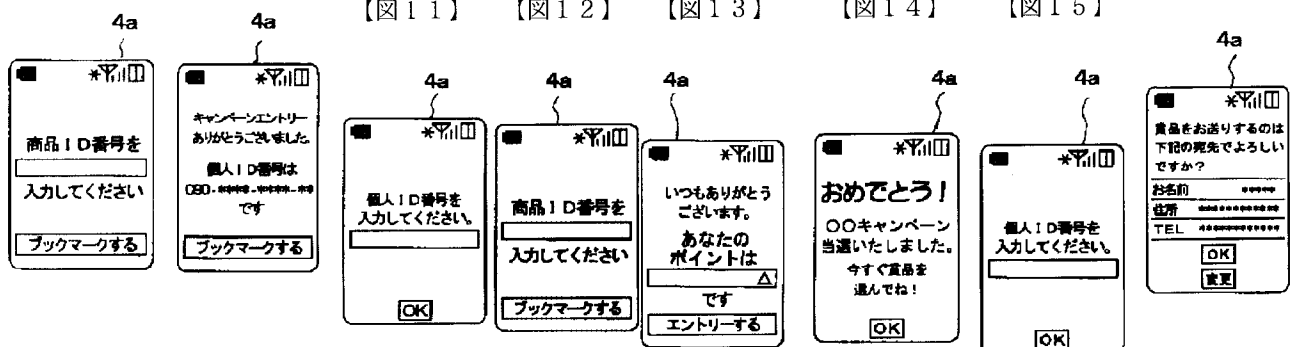
【図11】

【図12】

【図13】

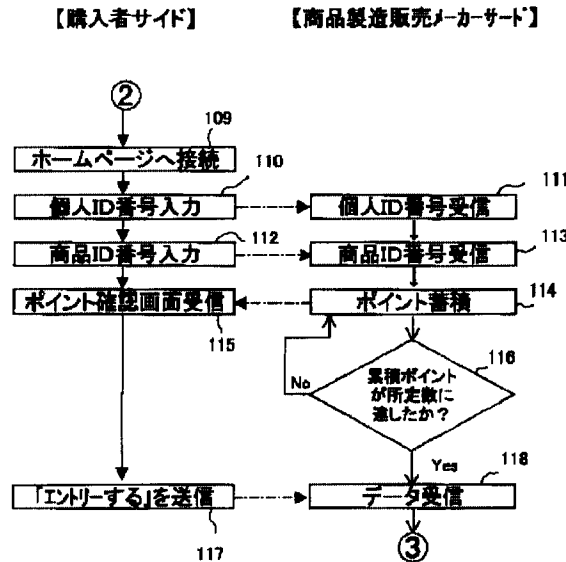
【図14】

【図15】

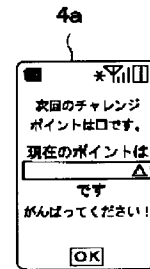


(8)

【図5】



【図18】



【図6】

